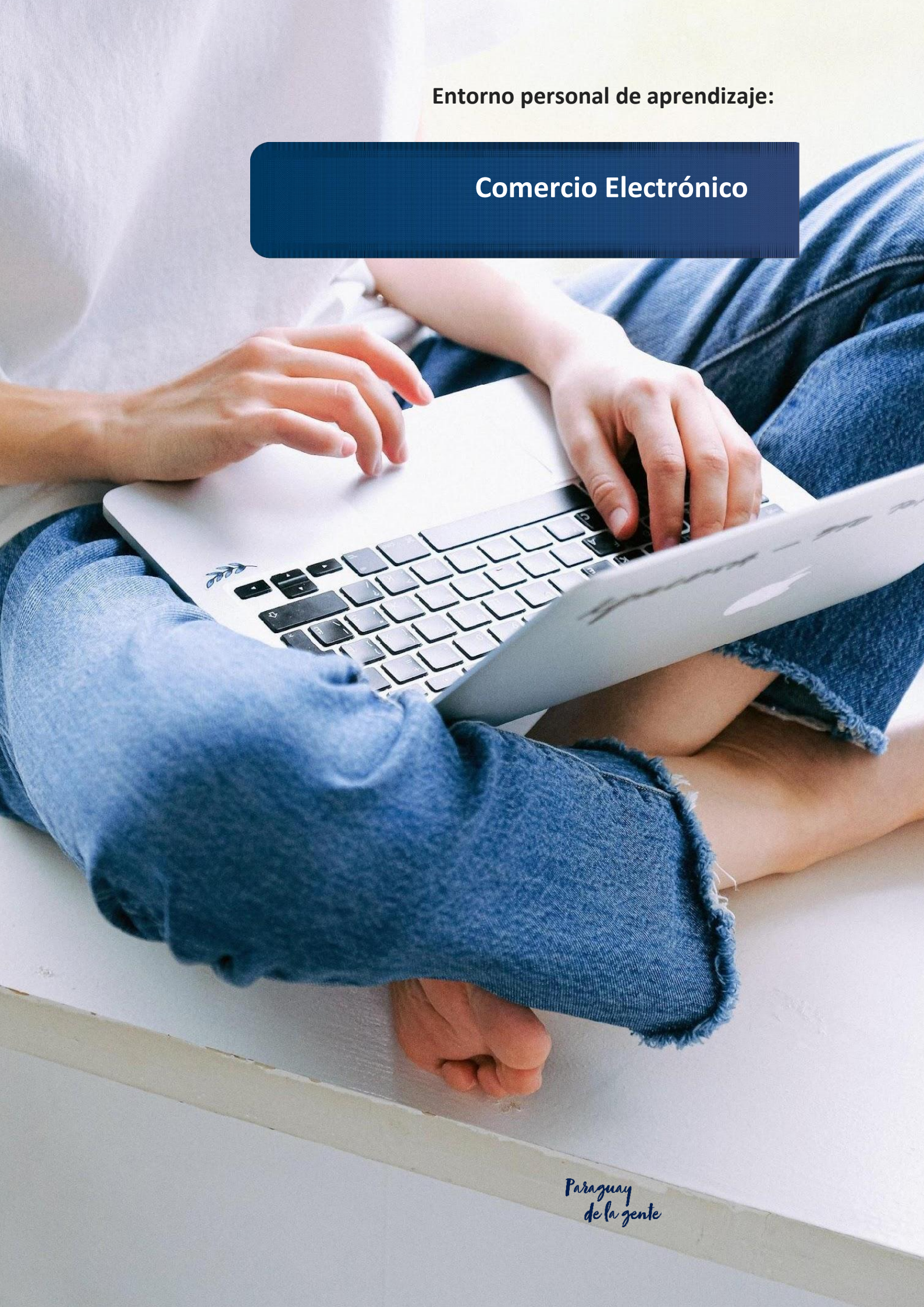


Entorno personal de aprendizaje:

Comercio Electrónico



MINISTERIO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN
Viceministerio de Tecnologías de la Información y Comunicación
Director General de Inclusión Digital y TIC en la Educación

Información

SEDE 1



Ministerio de
**TECNOLOGÍAS
DE LA INFORMACIÓN
Y COMUNICACIÓN**

Dirección: Complejo Santos E2 - Gral. Santos 1170 c/ Concordia
Teléfono: (+595 21) 217 9000
Correo electrónico: comunicacion@mitic.gov.py
Mesa de entrada: sgeneral@mitic.gov.py

Asunción – Paraguay

Entorno personal de aprendizaje (PLE): Comercio Electronico (E-Commerce)

Todas las imágenes presentes en este material de apoyo educativo han sido reconocidas y, en todos los casos, son de uso libre. Todas las fuentes bibliográficas utilizadas en este material de apoyo educativo han son citadas mediante el gestor de referencias bibliográficas Zotero, desarrollado por el Center for History and New Media de la Universidad George Mason, utilizando el estilo de la American Psychological Association Séptima Edición.

Obra publicada con licencia de Creative Commons Reconocimiento-Compartir Igual 4.0

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Programa

Entorno Personal de Aprendizaje (PLE)

Comercio Electronico

El *Entorno Personal de Aprendizaje (PLE)* es una propuesta para mejorar tus competencias para el aprendizaje permanente a lo largo de la vida, mediante la creación de contenidos y la reflexión personal.

Las actividades de este curso de Comercio Electrónico (E-Commerce) estarán centradas en la presentación y práctica de conceptos que te ayudarán a:

- Abrir una tienda/negocio totalmente en línea, convertir una tienda/negocio físico en una tienda/negocio en línea (on line), elaborar una presencia en línea para una tienda/negocio.
- Utilizar el Comercio electrónico: Plataformas para la creación de una tienda en línea, redes sociales, páginas web, como añadir diferentes formas de pago en línea, tips para posicionar tu tienda online. Estadísticas y métricas, herramientas de publicidad, consejos para aumentar las ventas
- Planificar, ejecutar, controlar y readaptar una estrategia en redes sociales para tu tienda/negocio en línea: Cómo crear una presencia online. Cómo generar y/o seleccionar contenido para cada red social, usando marketing de contenidos.
- Gestión de la Cadena de Suministro y la Logística en el comercio electrónico: gestión de almacenes, delivery (entrega), tercerización de la entrega

1. Identificación

Módulo	Entorno Personal de Aprendizaje (PLE):Tutor de Moodle.
Modalidad	Virtual
Carga horaria	50 horas pedagógicas
Público Objetivo	Dirigido a todo publico
Prerrequisitos	Ninguno

El esfuerzo estimado es de 10 (diez) horas por semana, considerando la lectura de los materiales, la visualización de los videos, el desarrollo de las tareas y la participación en los foros, durante las cinco semanas de duración del módulo.

2. Descripción

El comercio electrónico o e-commerce (electronic commerce en inglés), comercio por Internet, o comercio en línea, consiste en la compra y venta de productos o de servicios a través de internet, tales como redes sociales y otras páginas web. También puede ser definido como una actividad económica que permite el comercio de diferentes productos y servicios a partir de medios digitales, como páginas web, aplicaciones móviles y redes sociales. Por medio de la red virtual, los clientes pueden acceder a diversos catálogos de marcas, servicios y productos, en todo momento y en cualquier lugar.

Originalmente, el término se aplicaba a la realización de transacciones mediante medios electrónicos tales como el intercambio electrónico de datos; sin embargo, con el advenimiento del Internet y del World Wide Web, a mediados de la década de 1990 comenzó a referirse principalmente a la venta de bienes y servicios a través de Internet, usando como forma de pago medios electrónicos tales como las tarjetas de crédito y nuevas metodologías, como el pago por teléfonos móviles o las plataformas de pago. Vender y comprar ya es una tarea bastante sencilla hoy, propiciada, desde

luego, por la tecnología, como los dispositivos móviles y fijos con acceso a la red.

El comercio electrónico hace referencia al uso de los medios digitales (Internet, Páginas web, redes sociales, teléfonos móviles) para la venta de bienes y servicios en Internet. El comercio electrónico va mucho más allá de simplemente contar con un producto o servicio y publicarlo en los medios digitales, en realidad se trata de automatizar y gestionar toda la cadena de suministro de ese bien tangible o intangible, para entregarlo en tiempo y forma, desde su origen hasta el consumidor.

La cadena de suministro hace referencia al hecho de que cualquier producto o servicio no puede ser entregado por una única persona, cuenta con varios eslabones que son otras personas o empresas que deben operar articuladamente para lograr el objetivo de satisfacer al cliente. También cabe resaltar que no son las personas o empresas individuales las que compiten para satisfacer la necesidad del cliente, en realidad son las cadenas de valor las que se encuentran en constante puja. Es decir, al montar tu negocio en línea en general debes trabajar y gestionar bien tu red de proveedores y tu red de entrega (delivery, distribuidores), mejor que la competencia, para tener éxito.

El negocio/tienda en línea, o físico con presencia en línea, necesita los criterios del Marketing Digital en todo momento, para segmentar el mercado y elegir un mercado meta, para hacer una campaña en línea de mercadeo digital, para fidelizar a los clientes y crear una marca cada vez más fuerte

El Marketing Digital es el componente de la mercadotecnia que utiliza internet y tecnologías digitales en línea, incluyendo computadoras de escritorio, teléfonos y dispositivos móviles, así como otras plataformas y medios digitales para promover productos y servicios. Su desarrollo durante las décadas de 1990 y 2000 cambió la forma en que las personas, las marcas, las empresas y las organizaciones utilizan la tecnología para el mercadeo. A medida que las plataformas digitales se incorporan cada vez más a los planes de mercadeo y a la vida cotidiana, y considerando que las personas

utilizan cada vez más dispositivos digitales en lugar de visitar tiendas físicas, las campañas de mercadeo digital se han vuelto frecuentes

El mercadeo digital se extiende a los canales que no son de Internet pero que proporcionan medios digitales, tales como televisión, radio, teléfonos móviles (SMS y MMS), devolución de llamada y tonos de llamada en espera.

3. Justificación

La necesidad de conocer cómo montar y gestionar una tienda/negocio digital

Todas las personas, principalmente a partir de su mayoría de edad, necesitan ingresos para poder asegurar una calidad de vida para sí mismas y en muchos casos para sus seres queridos y/o mascotas. Nuestras necesidades y deseos nos impulsan a vender y promocionar nuestro trabajo, bienes o servicios, generar nuevas fuentes de ingresos, nuevos clientes, nuevos mercados

En el mundo hiperconectado en el que vivimos, tan dependiente de Internet y las redes sociales, es necesario que podamos montar un negocio/tienda en línea para llegar a las personas y/o empresas adecuadas a nuestro plan de negocio. Y si contamos con una tienda o negocio físico, debemos poder establecerlo también en internet

Muchas herramientas digitales gratuitas o de pago accesible están disponibles en Internet, incluyendo redes sociales, sitios y páginas web. Cada herramienta y medio digital tienen sus características únicas, sus ventajas y desventajas, y un público objetivo para alguna intención particular, por lo tanto, debemos conocerlas, estudiarlas y aplicarlas con mucha atención y cuidado, y por medio de la analítica de datos medir constantemente su desempeño e introducir los cambios pertinentes.

La experiencia en línea que tengan nuestros clientes es clave para nuestro éxito, la navegación en nuestros perfiles de redes sociales y páginas

web debe ser simple, clara y conducir a los objetivos finales: la venta de nuestro bien o servicio. Añadir y gestionar con seguridad los medios de pago tales como tarjetas de crédito, pago móvil, transferencias bancarias es clave para la experiencia de compra de los clientes y su satisfacción

Una tienda/negocio en línea está disponible las 24 horas para exhibir los productos y generar ingresos por medio de las ventas, y con una buena gestión de la entrega, llegar al cliente también en horarios que una tienda física no está disponible, ni cercana.

4. Objetivos

4.1. Objetivo general

Diseñar, implementar y gestionar una tienda o negocio en línea que tenga o no puntos de venta o puntos de contacto físicos, basado en los objetivos personales o empresariales establecidos, por medio de las herramientas y medios digitales más adecuados para cada caso

4.2. Objetivos específicos

Al concluir este curso el estudiante:

- Podrá montar su propia tienda /negocio en línea o complementar su negocio físico, para promocionar, vender mejorar las ventas y el valor de marca de un bien o servicio
- Conocerá las principales plataformas, páginas web y recursos en redes sociales para vender en línea
- Conocerá herramientas de analítica de datos para entender los gustos y comportamientos del usuario y elaborar estrategias más eficaces para aumentar las posibilidades de éxito en las ventas del bien o servicio
- Conocerá principios para administrar con mayor precisión la mezcla de marketing (producto, precio, plaza y promoción) en una tienda en línea

- Conocerá la manera de añadir diversos medios de pago a su tienda en línea (tarjetas de crédito, pago móvil, pago en línea, transferencias bancarias, etc.)
- Conocer cómo personalizar las ofertas de mercado (que son conjuntos de bienes, servicios y experiencias)
- Conocer principios para gobernar adecuadamente las cadenas de suministro (almacenamiento, entrega (delivery))

5. Competencias

El alumno adquirirá los conocimientos en las diversas técnicas y herramientas para crear una tienda o negocio en línea en redes sociales y páginas web, teléfonos móviles. Conocerá las metodologías y técnicas para recolectar, interpretar, y adaptar la información de desempeño de las herramientas digitales que utiliza para conocer el comportamiento, los deseos y necesidades y las características del público al que se dirige. Finalmente será introducido a este fascinante mundo tan utilizado y crucial en nuestra era de poder intercambiar valor eficientemente con las otras personas y con la sociedad por medio de las herramientas digitales. Y podrá proseguir con estudios relacionados en alguna de las áreas y campos presentados según sea su interés y necesidad para fortalecer sus ventas, su marca y su participación en el mercado

6. Contenido

6.1. Pasos Previos para crear una Negocio en Línea

- Presencia en línea de una tienda o negocio físico
- Comprensión de una necesidad o deseo insatisfecho
- Elección del bien o producto para satisfacer al cliente
- Elección del mercado meta o nicho de mercado
- Estudio de la competencia
- Red de proveedores
- Red de entrega/distribución/delivery

- Medios de Pago: Tarjetas de Crédito, pagos móviles, pagos en línea, transferencias bancarias, POST

6.2. Inicio de un Negocio o Tienda en Línea

- Creación y gestión de una Tienda o Negocio en Línea con Google Mi Negocio
- Uso y gestión de Fan Page en Facebook
- Uso y gestión de Instagram para Negocios
- Uso y gestión de TikTok para Negocios
- Uso de Youtube para Negocios
- Uso de Twitter para Negocios
- Herramientas de gestión integral de contenidos en redes sociales

6.3. Uso de Páginas Web y Sitios Web para negocios en Línea

- Uso y Gestión de Páginas Web para negocios en línea
- Marketing con buscadores de páginas web: SEO y SEM
- Páginas web gratuitas: Google, 000webhost
- Elección y contratación de servicios de Hosting de Páginas Web
- Uso de WordPress para creación de Tiendas en Línea. WooCommerce
- Plataforma de comercio Shopify

6.4. Medios de Pago para los negocios en Línea

- La importancia de los medios de pago
- Seguridad del sistema de pago
- Certificación de los sistemas de pago
- Uso de tarjetas de crédito en Sitios Web
- Uso de servicios de pago móvil: Giros, Billeteras electrónicas
- Uso de transferencias bancarias
- Pago en Delivery: Post y Efectivo.

6.5. Cadena de Suministro y Red de Entrega

- Concepto e Importancia de la Cadena de Suministro
- Elección de Proveedores: Fabricantes, Distribuidores
- Servicios de compra y entrega de paquete con casilla en el exterior
- Servicios internacionales de entrega de paquetes desde el exterior: DHL, UPS
- Empresas de entrega inmediata. Pedidos Ya, Monchi

7. Metodología

Se hace una presentación y demostración de uso muy práctico de las diferentes herramientas, elementos, conceptos y empresas ligadas a los procesos de comercio electrónico: Proveedores de Páginas Web, Redes Sociales, Publicidad, Estadísticas y Posicionamiento, Plataformas y Medios de Pago, Plataformas y Medios de Compra, Plataformas y Medios de Entrega, etc. ejemplificados con situaciones reales centradas en las habilidades que el estudiante debe adquirir para iniciar y gestionar correctamente un negocio o tienda en línea, partiendo de encuestas para medir los saberes previos, haciendo actividades de análisis y la evaluación de los contenidos propuestos, fomentando la creación, construcción y consolidación de nuevos conocimientos, propiciando también la interacción social con otros estudiantes por medio de los foros

El aprendizaje será por procesos incluyendo de manera acumulativa, autoevaluación, participación activa entre pares, con el Profesor Tutor y por medio de las vías y medios de comunicación de la plataforma.

8. Estrategias de evaluación

La calificación obtenida se corresponde a la suma de aciertos respecto del total del puntaje correspondiente. En este módulo, la ponderación total es del 100%, siendo la calificación mínima de aprobación, el 70%.

8.1. Tabla de sistema de evaluación

Instrumentos de evaluación	Contribución a la calificación
Participación en foros	15%
Control de lecturas	15%
Entrega de trabajos	30%
Evaluación final	40%
Total	100%

8.2. Rúbrica del módulo

Estándares de Aprendizaje	Incipiente	En Proceso	Bueno	Excelente
Participación en foros	Utiliza el foro mínimamente. Se limita a realizar las actividades solicitadas.	Utiliza el foro suficientemente. Realiza las actividades solicitadas y escribe comentarios.	Utiliza el foro claramente. Realiza las actividades solicitadas, comenta, aporta y consulta.	Utiliza el foro activamente. Establece un relacionamiento, propicia el diálogo/debate.
Pasos Previos para crear un Negocio en Línea	Conoce mínimamente los conceptos y pasos previos para crear un Negocio en Línea	Conoce suficientemente los conceptos y pasos previos para crear un Negocio en Línea	Conoce claramente los conceptos y pasos previos para crear un Negocio en Línea	Conoce perfectamente los conceptos y pasos previos para crear un Negocio en Línea
Inicio de un Negocio o Tienda en Línea: Directorios de Empresas y Redes Sociales	Conoce incipientemente las herramientas presentadas para el Inicio de un Negocio en Línea	Tiene capacidad de usar eficientemente los recursos y herramientas presentadas y configurar aspectos básicos para su Negocio en Línea	Tiene capacidad de usar estrategias de selección para los recursos y herramientas que más se adecuen al contenido de su Negocio en Línea	Tiene capacidad de generar ideas y usos innovadores para los recursos y herramientas y puede expresarlo en ensayos/foros
Uso de Páginas Web y Sitios Web para Negocios en Línea	Conoce incipientemente los recursos y herramientas para Sitios Web de Negocios en Línea	Tiene capacidad de usar eficientemente los recursos y herramientas presentadas y configurar aspectos básicos para Sitios Web de Negocios en Línea	Tiene capacidad de usar estrategias de selección para los recursos y herramientas que más se adecuen al Sitio Web de su Negocio en Línea	Tiene capacidad de generar ideas y usos innovadores para los recursos y herramientas de Sitios Web y puede expresarlo en ensayos/foros

Medios de Pago para los Negocios en Línea	Conoce incipientemente los medios y métodos de Pago para su Negocio en Línea	Tiene capacidad de usar suficientemente los medios y métodos presentados y configurar aspectos básicos para el Pago en su Negocio en Línea	Tiene capacidad de usar estrategias de selección de los medios y métodos de pago que más se adecuen a su Negocio en Línea	Tiene capacidad de generar ideas y usos innovadores para los medios y métodos de pago que más se adecuen a su Negocio en Línea y puede expresarlo en ensayos/foros
Cadena de Suministro y Red de Entrega	Conoce incipientemente los medios y plataformas de la Cadena de suministro de su Negocio en Línea	Tiene capacidad de usar suficientemente los medios y plataformas de la cadena de suministro presentados y configurar aspectos básicos para su Negocio en Línea	Tiene capacidad de usar estrategias de selección de los medios y plataformas de la cadena de suministro que más se adecuen a su Negocio en Línea	Tiene capacidad de generar ideas y usos innovadores para los medios y plataformas de la Cadena de Suministro que más se adecuen a su Negocio en Línea y puede expresarlo en ensayos/foros

9. Público objetivo

Este módulo está dirigido a un perfil amplio de personas interesadas en el Comercio Electrónico, que tengan o deseen abrir una tienda en línea por medio de redes sociales y páginas web, contando o no con un negocio físico, así como a cualquier otra persona interesada en el tema. Se considera que tendrán un buen aprovechamiento personas mayores a 15 años, pero esto no es restrictivo.

10. Requisitos recomendados

Participar de este módulo requiere de una conexión a Internet suficientemente buena para visualizar vídeos y consultar los materiales, herramientas y ejemplos presentados a lo largo del curso.

También se recomienda realizar antes o después de este módulo hacer los módulos/ cursos del Mitic o de otra plataforma de aprendizaje relacionados a Marketing Digital y Creación de Contenido.